自媒体时代信息传播特征及路径
——以微信为例

摘　要：随着经济的发展和科技的进步，人们交流方式也随着时代的发展产生了翻天覆地的变化。自媒体时代的到来给了人们更多交流的空间，使得每个人都是传播的主体，人们可以通过自己的设备对外界发送自己的信息，并且各种软件的逐步更新也使得人们的交流更加的便捷。近些年来，微信以其传播信息的精准性以及高效性成为互联网社交平台的新宠，并且见证了我国自媒体时代的发展。本文主要以微信为主要的研究对象，对其传播方式以及路径进行分析，探究当前自媒体信息传播的发展。

关键词：自媒体时代；信息传播；微信公众平台；传播秩序
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）08-098-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.08.039

文 / 马燃

引言

2011 年，腾讯公司推出一款即时交流型软件——微信，并且随着其发展较为良好，经过一年的发展，在 2012 年的时候取代了微博成为当前市场上新型的互联网服务平台。2012 年 8 月，微信推出了其公众平台，使得人们可以通过关注的方式对自己所感兴趣的信息进行了解。并且经过科学设计，使得其能够满足日常的自动回复以及群发等功能。根据 2014 年微信对其月活跃人数的统计报表可以发现，海外月活跃用户已经上升到了将近四亿，比 2013 年增长了四千万。同时，微信公众平台以其便捷性也得到了较为广泛的发展。微信公众平台当前主要的信息推送方式是通过定向对某个分组进行信息的推送，其信息传播的模式逐渐改变着人们获取信息的方式。

1. 新媒体技术的商业发展前景分析

1.1 新媒体广告投入逐步增加

随着时代的发展以及市场经济的逐渐成熟，使得当前广告行业的发展越来越迅速，根据中央电视台 2009 年发布的广告投标额来看，其总的投标额已经达到了 92.56 亿元，并且对比中央电视台之前的广告收益可以发现，其增长幅度十分巨大，相比之下达到了将近 80%。而 2009 年距离上次经融危机的时间间隔不大，因此很多分析人员以此为契机发表评论，说中国的广告行业不会受到世界经济危机的影响，并且从当前的中国经济市场的行情来看，大部分中国企业在发展中保持着恢复经济的信心。但是事实有较大的差别，而这些差别主要体现在不同的行业内的。虽然对比中央电视台的广告业其业绩是有较大的提升，但是将视觉放在另外的行业，例如汽车以及金融、房地产等行业时，其业绩在这段时间都表现出一定的低迷期。中国房地产以及汽车广告的市场行情最能代表这一类产业的发展情况。2009 年，根据相关广告统计部门的广告效益可知，当年的房地产和汽车广告对比之前的行情只占据了总的媒体广告收入的 40%。根据对相关的企业对其广告投入计划的调查中总结可知，约有一半的企业准备下降该公司在广告方面的投入，大约有 30% 左右准备维持当前对广告的投入，而仅有 20% 左右的企业会在经济危机期间对其广告投入进行增加。

1.2 加大资金投入

广告作为利益较为集中的部分，使得很多集团将眼光放在对广告方面的投资上。最具代表性的就是风险投资组织以及民营资本企业家，这些公司将其眼光主要放在对当前国家的能源、环保以及新媒体等行业的发展上。这些行业都是国家十分关注的行业，并且该行业产生的利益价值也相对较高。当前，国家对媒体的准入政策逐渐放开，使得很多之前不敢在媒体广告行业实施的策略在当前的社会环境下有了实现的机会，这就在一定程度上增加了风险投资基金以及民营企业的企业家对广告行业的关注。正是由于这些公司对新媒体行业的持续关注，使得新媒体在发展的过程中能够进行更大规模的融资，并且吸取更多的资金进入新媒体的行业中。

1.3 无线增值业务

当前，视频行业特别是杂志行业由于新媒体的到来对其市场销售情况有着较大的冲击，因此这些企业为了能够使得其发展模式符合现在的实际市场情况，都积极进行行业的转型。大多数的电子杂志以及视频提供商都积极主动地联系移动通信服务商。通过将其电子杂志以及视屏提供商将其内容进行一定的转化，建立其无实物的商品。并且通过无线网络提供给相应的视频以及电子书网站，而网站则根据当前的实际消费情况对其收费方式进行改变，使得其收费模式能够符合实际的市场情况，

消费者根据其实际的需要选择付费购买的项目，而视频以及电子书的提供商则与网站对其获得的利润进行分成，使得其利润实现最大化，促进相关行业的发展。

1.4 国家相关政策扶持新媒体

经过了较长时间的前期发展壮大，当前的新媒体已经度过了其发展前期的阶段，逐步扩展到对其产品的核心竞争能力的创新的重要阶段。在这个阶段，只有其内容具有较大的创新性，同时能够吸引消费者的眼光，才能在当前的市场经济环境中得到发展。当前的社会是一个信息爆炸的社会，如何使得读者对自身的内容产生兴趣成为了当前视频内容网站的人员最为关注的问题，特别是云计算技术在当前发展势头较好，政府部门也看到了这一产业的发展前景，因此出台各项政策帮助其发展，政府通过对这些企业进行一定额的征税，使得政府也能在企业的发展过程中得到一定的收益。

2. 新媒体技术微信的应用

微信作为人们最为常用的社交软件，其最为主要的功能是满足人们的日常交流。因此，大部分学者倾向于认为微信的最为主要的功能就是满足人们的日常生活的需要。微信之所以能够在众多的社交软件中脱颖而出，最为主要的就是其实际的功能更能满足人们的日常需要。有关人员对微信的使用功能总结道：微信的功能设计最初的理念是为了使得熟人之间能够进行更加方面的联系，也就是通过语音通话等功能可以实现其余 QQ 等好友进行直接的交流，并且使得用户的关系网得到更加准确的建立。然而，传统的语音通话以及消息发送功能已经逐渐 不能满足人们的使用需求，因此微信为了能够继续吸引人们的注意，又逐渐推出了附近的人和摇一摇等功能。正是这些功能的出现，使得微信的整体功能更加多样化，并且进一步增强了其社交能力。在微信的设计体系中，朋友圈是十分重要的功能。在朋友圈中，记录以及分享是整个朋友圈发展的核心，并且在进行分享的过程中加强用户之间的联系，虽然微博以及 QQ 等在一定程度上实现了信息的交流，但是微信使得其交流的程度更加深了。

微信能够在众多的社交软件中脱颖而出的原因可以总结为以下几点。首先，微信能够允许用户根据自己想要表达的情绪发送一定的表情以及语音视频等，使得人们的社交圈更大了，并且语音、视频以及文字使得微信用户之间的联系更加紧密，对人际关系的发展有着一定的促进作用。其次，微信不仅能够实现熟人之间的交流，同时也使得陌生人之间建立朋友关系的可能性存在，通过附近的人可以搜索到附近使用微信的人，漂流瓶则可以收到来自世界各地的人的信息，因此这就无形构建了一个微信用户之间的联系网。

正是由于微信对人们的生活有着较大的影响，并且极大地满足了人们日常交流的需要，因此微信逐渐给社会带来较为重大的影响。然而，当前对其影响方面的研究还不多，主要分为三个方面，也就是社交、思想政治工作以及新闻传播等方面。对于社交，相比与以往的交流工具，微信不仅使得人们能够进行语音的交流，还实现了文字交流以及视频交流等功能。因此，通过对人们的交流方式的逐渐影响使得微信逐渐成为人们十分依赖的交流工具。其次是对人们的眼界的影响，由于微信能够将外界的信息进行传播，使得使用的人能够有机会接触更多的信息。

3. 新媒体技术未来发展展望

随着新媒体技术的使用逐渐广泛，使得其对新媒体技术的集中化要求逐渐的增多，由于传统的数字储存实际占用的空间较大， 使得其信息的储存有一定的分散性的可能，而集成化的新媒体技术使得多种信息之间的交流成为可能，同时可以更加灵活地对相关的事物进行更加准确的表达。从当前的现状看出，数字媒体的市场占有率正在逐渐下降，取而代之的是新兴的网络媒体行业，因此当前新媒体技术行业的主要发展应往网络方向发展。

综上所述，技术的进步使得新媒体不断发展，满足人们的实际需要是其最为主要的发展方向，新媒体技术也必将在发展中逐步趋向完美。从目前的实际情况来看，新媒体技术行业发展前景十分广阔，并且主要以网络化、集中化作为其发展的主要方向。电脑以及移动设备作为载体将在未来继续对人们的生活产生较大的影响。

结语

互联网数字技术的进步使新媒体发展有了技术依托，传统媒体传播方式正在逐渐弱化。但是，新媒体的发展并不能完全掩盖传统媒体的光芒，因为我国受众群体的变化也是随着社会变迁而不断演变的，新的环境下会诞生新的社会发展形态。媒

参考文献

[1] 闫威 . 浅析移动互联时代的自媒体传播——以微信公众平台为例 [J]. 新闻传播，2016（5）：35.
[2] 胡诗涵 . 自媒体时代信息传播效应——以微信、微博为例 [J]. 神州，2018（1）：232.
[3] 梁强 . 自媒体时代生活意义的建构——以微信“朋友圈”为例 [J]. 今传媒，2016，24（8）：19-21.
[4] 张子砚 . 微信公众号的传播路径和发展趋势分析——以“罗一笑事件”为例 [J]. 新闻研究导刊，2017，8（13）.

（作者单位：北京市科学技术情报研究所）